

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2023 sampai dengan Juli 2024. Di Kecamatan Mangkubumi, Kota Tasikmalaya yaitu di Sentra Kerajinan Bambu (SKB) Handycraft Abdullah. Pengambilan lokasi dilakukan dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan salah satu daerah pengrajin anyaman bambu terbesar investasinya di daerah Kota Tasikmalaya. penelitian yang dilakukan terbagi menjadi beberapa tahapan yang dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Tahap dan waktu penelitian

Tahapan Kegiatan	2023 – 2024								
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Perencanaan Penelitian	■								
Survey	■								
Penulisan Usulan Penelitian		■							
Seminar Usulan penelitian			■						
Revisi usulan penelitian				■					
Penelitian kelapaangan					■				
Penulisan hasil penelitian					■	■			
Seminar Kolokium							■		
Penyempurnaan hasil kolokium								■	
Sidang Skripsi									■

### 3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Winarno Surakhman (1998) metode studi kasus merupakan suatu pendekatan penelitian dengan memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan rinci. Alasan peneliti menggunakan metode studi kasus dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara sistematis data-data yang

diperoleh dari fakta di lapangan yang kemudian di analisa dan perbandingan sesuai dengan standar normatif yang berlaku. Tujuan dari penelitian ini adalah memberi deskripsi, gambaran secara sistematis, terperinci, aktual dan akurat mengenai faktor-faktor, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.

### **3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang diperoleh untuk penelitian ini adalah data kualitatif . Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

#### **1. Data primer**

Sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung melalui pertanyaan tertulis dengan lisan menggunakan metode wawancara. Sumber data dalam hal ini di peroleh dari *Key Person* yaitu orang yang memiliki peran penting dalam perusahaan. Tujuannya untuk mengetahui informasi perusahaan yang mengenai indikator 5 kekuatan porter.

#### **2. Data sekunder**

Data sekunder, yaitu data diperoleh dari dinas atau instansi terkait, literatur-literatur serta pihak-pihak lain yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan seperti dokumentasi dan foto-foto. Data sekunder pada penelitian ini adalah berupa sumber referensi dan kepustakaan yang menunjang penelitian dan juga data-data yang relevan dari instansi berwenang.

Dalam hal ini peneliti terjun langsung kelapangan untuk melakukan pengumpulan data, menganalisis, dan membuat kesimpulan. Maka, teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dengan cara Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi, untuk mengukur kevalidan data yang didapatkan. Sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan:

- 1) Menelaah seluruh data dari berbagai sumber
- 2) Melakukan penilaian untuk masing-masing dari lima kekuatan porter untuk mengetahui faktor eksternal mana yang berpengaruh
- 3) Menyusun strategi perusahaan
- 4) Menyusun kesimpulan atas peneliti

### 3.4 Teknik Penentuan Informan

Menurut Sugiyono (2022) dalam penelitian kualitatif untuk penentuan informan secara sengaja menggunakan *purposive* yaitu dengan orang yang paling tahu tentang objek yang akan kita teliti. Pada penelitian ini dengan melibatkan *key person* yaitu pemilik/manager perusahaan atau pegawai yang sudah lama bekerja kurang lebih 10 tahun untuk mengetahui kondisi perusahaan

### 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel dimaksudkan untuk memberikan variabel – variabel penelitian yang jelas, sehingga tidak terjadi ke salah pahaman terhadap masalah yang diteliti. Oleh sebab itu, penulis merasa perlu menjelaskan istilah yang akan menjadi metode analisis penelitian ini yaitu sebagai berikut.

### 3.6 Strategi bersaing

Dalam penelitian ini, istilah strategi bersaing yang dimaksud adalah bentuk keunggulan seperti apa yang dimiliki dan diterapkan oleh Sentra Kerajinan Bambu Abdullah dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan dengan industri lain.

Berdasarkan pengertian di atas, makna Definisi Operasional mengenai Strategi bersaing berdasarkan metode *five porce porter* pada Sentra Kerajinan Anyaman Bambu (SKB) Abdullah dinilai dari 5 (lima) indikator yang merupakan item dari *five porce porter* sebagai berikut.

#### 1. Ancaman Pendatang baru

Ancaman pendatang baru adalah sesuatu yang dapat mengganggu atau menghambatnya jalannya perusahaan. Dalam hal ini dilihat dari indikator masuknya masuknya ancaman pendatang baru kedalam suatu industri tergantung pada Kebutuhan modal, loyalitas pelanggan, biaya beralih pemasok, akses ke saluran distribusi, dan kebijakan pemerintah.

#### 2. Kekuatan Penawaran Pembeli

Kekuatan penawaran pembeli adalah tekanan pada harga jual yang dapat berperan dalam menekan harga menjadi lebih rendah, serta memberikan penawaran

dalam peningkatan kualitas ataupun layanan lebih, dan membuat kompetitor saling bersaing satu sama lain. Dalam hal ini dilihat dari indikator kekuatan penawaran pembeli, pembeli memiliki daya tawar yang kuat apabila memenuhi beberapa hal seperti: Kelompok pembeli terpusat atau membeli dalam jumlah besar, Produk yang dibeli merupakan bagian dari suatu biaya atau pembelian dengan jumlah yang cukup besar, Produk yang dibeli adalah produk standar atau tidak terdiferensiasi, Pembeli menghadapi *switching cost* yang kecil, Pembeli mempunyai informasi lengkap mengenai suatu produk.

### 3. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti menggambarkan sejauh mana produk atau layanan alternatif dapat menggantikan produk atau layanan utama di pasar, sehingga mengurangi permintaan dan potensi keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan. Adanya produk atau jasa pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang akan didapat dari suatu industri. Dalam hal ini berdasarkan indikator layanan adanya produk pengganti yaitu, Tingkat kebutuhan terhadap produk pengganti, Produk pengganti mudah didapatkan.

### 4. Kekuatan Tawar Pemasok

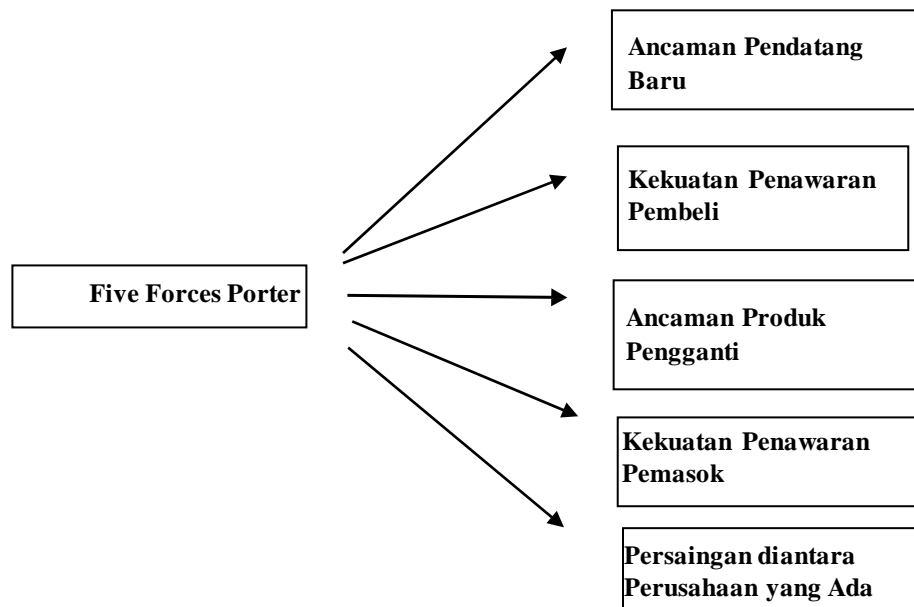
Kekuatan tawar pemasok merupakan konsep bahwa pemasok dapat memberikan tekanan kepada perusahaan dengan menurunkan kualitas atau ketersediaan produk, atau menaikkan harga produk dan menggambarkan seberapa besar kemampuan pemasok untuk menentukan harga dan mempengaruhi kondisi dalam suatu industri. Tingginya kekuatan tawar pemasok dapat berdampak signifikan pada profitabilitas perusahaan yang membeli dari pemasok tersebut. Dalam hal ini berdasarkan indikator, pemasok memiliki posisi yang kuat apabila pemasok didominasi oleh beberapa perusahaan dan lebih terpusat pada industri dimana mereka menjual, Tidak terdapat produk pengganti lain yang dijual pada suatu industri, industri bukan satu – satunya tempat pemasok menjual produknya, produk pemasok sangat penting demi keberhasilan proses pembuatan atau kualitas dari produk yang dihasilkan pembeli, dan *Switching cost* yang dibutuhkan untuk beralih ke produk pemasok tidak besar.

## 5. Persaingan diantara perusahaan yang ada

Persaingan diantara perusahaan yang ada menggambarkan intensitas persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang sudah ada dalam industri tertentu. Tingkat persaingan ini mempengaruhi profitabilitas dan dinamika industri tersebut. Kompetitor dalam hal ini adalah pemain yang menghasilkan serta menjual produk sejenis, yang akan bersaing dalam memperebutkan *market share* pasar. Dalam hal ini berdasarkan indikator yaitu jumlah pesaing yang seimbang, pesaing yang beragam, serta pertumbuhan industri yang lambat.

### 3.6 Kerangka Analisis

Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk mengidentifikasi strategi bersaing dengan menggunakan *five porces porter* pada SKB Abdullah Kota Tasikmalaya. Setelah mendapatkan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data yang terkumpul dengan menganalisis data, mendeskripsikan data, serta mengambil kesimpulan. Kodrat (2009) mengatakan bahwa tujuan dari analisis lima kekuatan Porter adalah untuk menentukan keunggulan bersaing dan keunggulan kompetitif perusahaan. Menurut David (2006), Model *Five Force Porter* tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Kelima faktor kekuatan tersebut dimanfaatkan untuk bisa mengukur intensitas persaingan, daya tarik, serta profitabilitas suatu pasar ataupun industri. Porter Five Force atau lima kekuatan porter adalah suatu metode yang digunakan untuk melakukan identifikasi dan analisa kekuatan kompetitif di dalam suatu industri yang mampu membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri tersebut. Menurut Porter (2008), hakikat persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan, yaitu Ancaman Pendetang Baru, Kekuatan Penawaran Pembeli, Ancaman Produk Pengganti, Kekuatan Penawaran Pemasok, Persaingan diantara Perusahaan yang Ada. Adapun lima kekuatan yang dimaksud dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Five Forces Porter*

Dalam penelitian ini, yang dibicarakan pada SKB Abdullah penerapan metode *Five Forces Porter* untuk mengenali kondisi dengan para kompetitor dalam industri Kerajinan Anyaman Bambu di Kota Tasikmalaya.